

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pangaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo (Studi pada mahasiswa Stiesia Surabaya).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Stiesia pengguna *smartphone* Oppo, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknis analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian uji asumsi klasik yang dilakukan melalui normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan tidak melanggar syarat yang telah ditentukan. Sedangkan hasil uji kelayakan model yang dilakukan dengan uji F dan koefisien determinasi, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo, sedangkan citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product quality, brand image, and price to the purchasing decision on Oppo Smartphone (case study at STIESIA Students in Surabaya).

Population of this research were all students of STIESIA Surabaya who used Oppo smartphone. The sample collection technique of this research used accidental sampling technique and sample of this research used 100 respondents. The data used primary data in a form of questionnaire. The analysis technique used multiple linear regressions analysis.

The result of classic assumption test through normality, multicolinearity, and heteroscedasticity indicated that all the variables used were not violate predetermined criteria. Meanwhile, the model feasibility test was conducted by F test and coefficient determination, regressions model used in this research was feasible to use. The result of hypothesis test showed that product quality and price gave significant effect on the purchasing decision of Oppo smartphone, while brand image does not have any significant effect on the purchasing decision of Oppo smartphone.

Keywords: Product quality, brand image, price and purchasing decision.



I certify that this translation is true and accurate prepared by a professional translator. This translation is provided on this day.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nanis Setyorini'.

Nanis Setyorini, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
Head of STIESIA Language Center
Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya, East Java, Indonesia 60118